NOTE DE CONJONCTURE

OCTOBRE 2015

Direction des connaissances stratégiques en tourisme
Ministère du Tourisme

Décembre 2015

Québec

Un été qui se prolonge

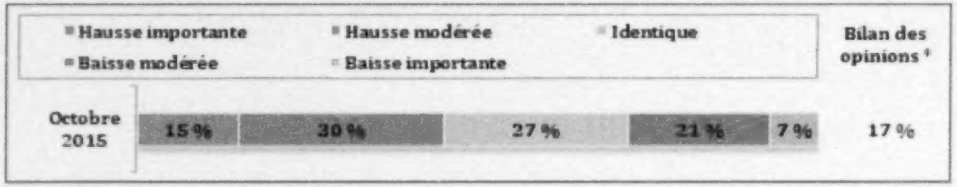
Sous forme de baromètre d'opinion, la note de conjoncture présente les tendances et la perspective à court terme du tourisme au Québec. Celle du mois d'octobre 2015 est produite à partir d'un sondage par Internet mené, entre le 30 octobre et le 6 novembre 2015, auprès d'un panel de 493 entrepreneurs et professionnels du tourisme du Québec parmi lesquels 180 ont répondu au questionnaire.

Dans l'ensemble des commentaires formulés, on retient notamment celui-ci :

- La magnifique température et la force du dollar américain sont des éléments clés de la bonne performance du mois d'octobre.

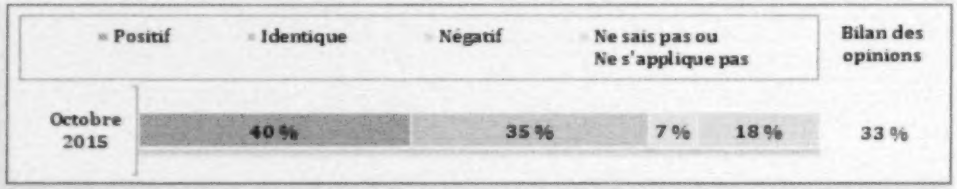
ACHALANDAGE TOURISTIQUE

Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme établissent un bilan positif de l'achalandage pour le mois d'octobre 2015 par rapport au même mois l'an dernier.



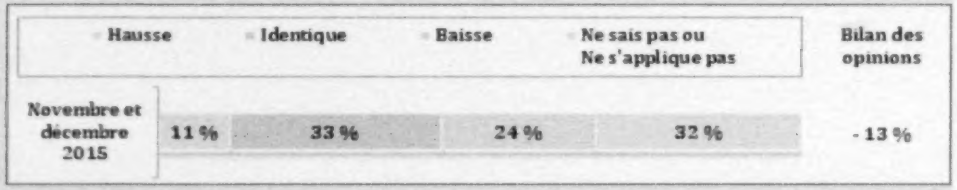
CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

Le bilan des opinions publié par l'industrie indique bien que la météo a favorisé la hausse de l'achalandage touristique par rapport à l'an dernier. Pour un troisième mois consécutif, les conditions météorologiques ont été profitables à l'industrie.



PERSPECTIVE POUR LES PROCHAINS MOIS

Pour les mois de novembre et de décembre 2015, l'industrie touristique anticipe un recul de l'achalandage.

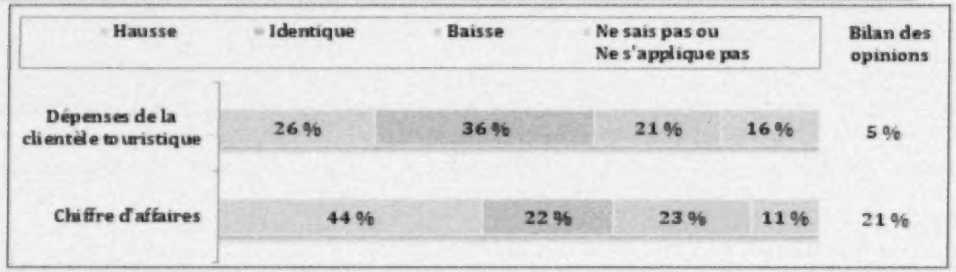


Note méthodologique pour l'ensemble des graphiques : en raison de l'arrondissement de certaines données, le total ne correspond pas nécessairement à la somme des parties.

* Le bilan des opinions est la différence, en pourcentage, entre les personnes qui indiquent que l'achalandage touristique est en hausse et celles pour qui il est en baisse. Le bilan des opinions doit être supérieur à ± 5 % pour être pris en considération.

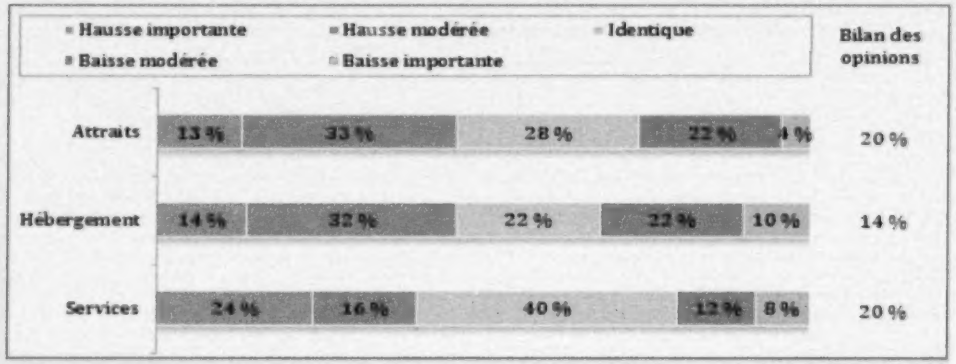
DÉPENSES DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE ET CHIFFRE D'AFFAIRES

Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme dressent un bilan positif de leur chiffre d'affaires, mais ils constatent toutefois la stabilité des dépenses de la clientèle touristique.



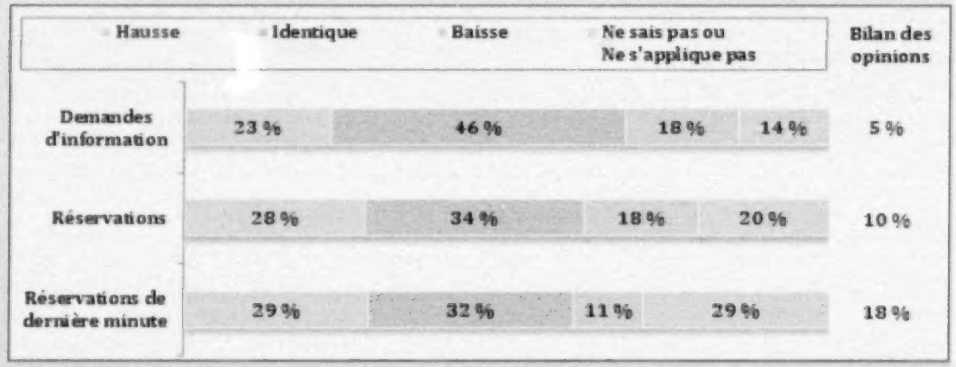
TENDANCE SELON LE SECTEUR D'ACTIVITÉ

Tous les secteurs d'activité établissent un bilan positif de leur achalandage.



TENDANCE SELON LES DEMANDES D'INFORMATION ET LES RÉSERVATIONS

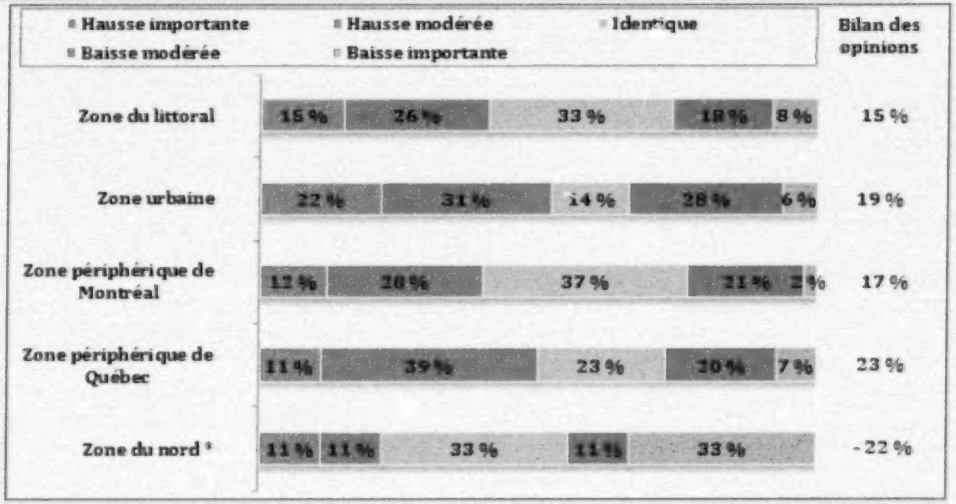
La bonne performance de l'achalandage s'est traduite par un bilan positif du point de vue des réservations. Toutefois, les demandes d'information restent du même niveau que l'an dernier à la même période.



TENDANCE PAR ZONE
(RÉGIONS TOURISTIQUES OFFRANT UNE SAISONNALITÉ APPARENTÉE)

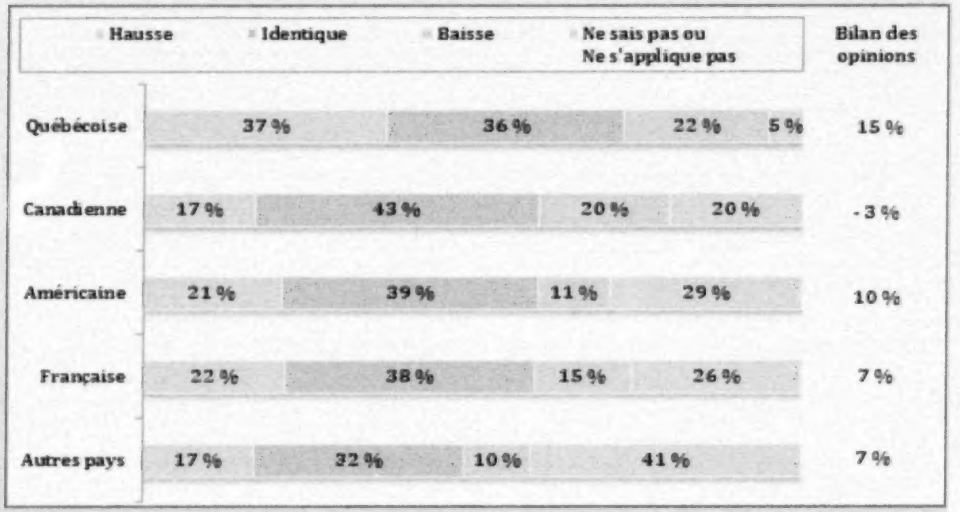
Quelle que soit la zone (à l'exception du nord), l'achalandage a été évalué à la hausse.

Zone du littoral : Îles-de-la-Madeleine, Gaspésie, Bas-Saint-Laurent, Manicouagan et Duplessis
Zone urbaine : Montréal, Laval, Outaouais et Québec
Zone périphérique de Montréal : Laurentides, Lanaudière, Montérégie et Cantons-de-l'Est
Zone périphérique de Québec : Centre-du-Québec, Mauricie, Chaudière-Appalaches, Saguenay–Lac-Saint-Jean et Charlevoix
Zone du nord : Baie-James, Eeyou Istchee, Nunavik et Abitibi-Témiscamingue



TENDANCE SELON L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

En octobre, les clientèles des différents marchés ont été évaluées à la hausse; seule la clientèle du Canada est restée stable par rapport à l'an dernier.



* En raison de la faible taille de l'échantillon, ces données sont fournies à titre indicatif seulement.

INVESTISSEMENTS ÉCONOMIQUES

Pour les mois à venir, 9 % des répondants mentionnent leur intention de réaliser des investissements majeurs. La proportion s'élève à 19 % pour des investissements mineurs. Seuls 21 % des répondants prévoient l'embauche de personnel. Comparativement au printemps 2015, l'industrie se montre plus prudente sur le plan des investissements.

Type d'investissement	Printemps 2015	Automne 2015
Investissement majeur	19 %	9 %
Investissement mineur	41 %	19 %
Embauche de personnel	64 %	21 %

Le ministère du Tourisme réalise ce sondage d'opinion au moyen d'Internet, sur une base mensuelle au cours de la haute saison touristique et sur une base bimestrielle en basse saison. Les résultats présentés ici constituent un baromètre d'opinions. Ils ne peuvent en aucun cas se substituer aux analyses quantitatives et qualitatives effectuées à partir de données officielles.